

宮崎市政モニター

令和5年度第2回アンケート集計結果

(令和5年10月実施分)

第2回アンケート

- ① 「中心市街地活性化」に関するアンケート調査 ……P 3～
- ② 「みやざきブランド」に関するアンケート調査 ……P13～

宮崎市秘書課広報広聴室

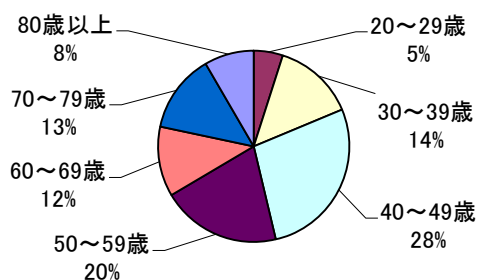
令和5年度 第2回宮崎市政モニターアンケート調査概要

(1)調査担当課	①都市整備部 まちづくり課 ②農政部 農業振興課
(2)アンケート内容	①「中心市街地活性化」に関するアンケート調査 ②「みやざきブランド」に関するアンケート調査
(3)調査期間	令和5年9月22日～令和5年10月6日 ※終了後も一定期間回収
(4)送付数	203人(WEBモニター:121人、郵送モニター:82人)
(5)回答数	①188人(WEBモニター:108人、郵送モニター:80人) 回答率 92.6% ②185人(WEBモニター:106人、郵送モニター:79人) 回答率 91.1%

モニター属性

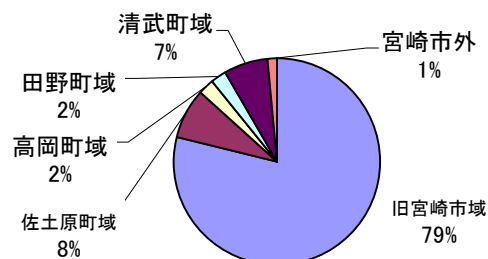
基準日：令和5年4月1日

年齢別



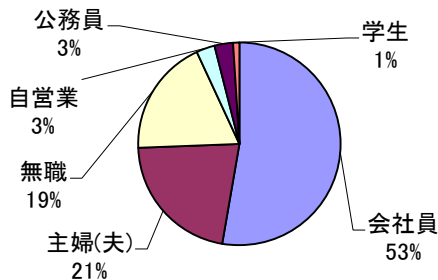
18～19歳	0人	50～59歳	41人
20～29歳	10人	60～69歳	24人
30～39歳	28人	70～79歳	27人
40～49歳	56人	80歳以上	17人
合計		203人	

地域別



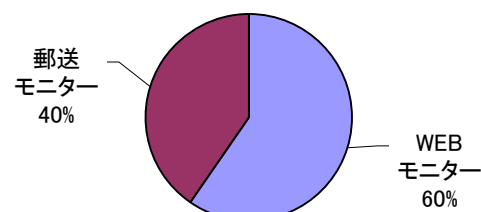
旧宮崎市域	160人	高岡地域	5人
佐土原地域	16人	清武地域	14人
田野地域	5人	宮崎市外	3人
合計		203人	

職業別



会社員	107人	自営業	6人
主婦(夫)	44人	公務員	6人
無職	38人	学生	2人
合計		203人	

モニター種別(アンケート方法)



WEB	121人	郵送	82人
合計		203人	

※回答比率は、小数点第1位を四捨五入しているため、合計が100%にならない場合があります。

中心市街地活性化についての市民意識調査 集計結果

◆ 調査の目的

本市では、県都の顔である中心市街地の活性化を図るため、「宮崎市まちなか活性化推進計画」を平成30年3月に策定し、各種施策に取り組んでいる。中心市街地活性化に関する調査により各種施策等の進捗状況や成果を検証するとともに、今後の施策を検討する。

◆ 調査の概要

- (1) 調査期間 令和5年9月22日 ～ 令和5年10月6日 ※終了後も一定期間回収。
- (2) モニター数 203人
- (3) 回答者数 188人 (回答率92.6%)
- (4) 担当課 都市整備部 まちづくり課

◆ 調査結果考察

- ・ 問8「5年前と比べて、中心市街地に出かける機会の変化について」という問いに対して、前回のアンケート回答と比較すると「減った」との回答が減り、「やや増えた」との回答が増えている。また、問2「中心市街地に出かける回数について」という問いに関して、「ほとんど行かない」という回答が減り、週1～2回訪れる人の割合が増えている。さらに、問5「仕事以外で中心市街地に出かけた場合の平均的な滞在時間」についても、「1～2時間」「3～4時間以上」という回答が増えており、滞在時間の増加により回遊性の向上につながったと考えられる。
- ・ 問10「5年前と比べて、中心市街地は活性化していると思いますか」との問いについては、「大いに活性化している」と答えた人の割合が増えている一方で、「変わらない」「あまり活性化していない」と答えた人の割合も増えている。
- ・ 問3「中心市街地に出かける主な交通手段」は、前回から若干減ったものの7割以上が自家用車と回答している。一方で、中心市街地に出かける回数が少ない層が回答した、問6「中心市街地に行かない理由」では、「駐車場・駐輪場が不便」「無料の駐車場がない」「駐車料金が高い」の回答が多く、中心市街地の駐車場対策についての検討が引き続き必要であることが推察される。
- ・ 問7「市街地以外で買い物・飲食をする場所」としては、「自宅近くの店」「郊外のショッピングセンター」を選ぶ人が増加しており、「通信販売」を選ぶ人が減っている。この傾向は、新型コロナウイルス感染症の5類への移行が影響していると推察できる。
- ・ 問11「あなたが感じる満足度」について、⑦「民間のマンションが建築されることで、まちなか居住が進んでいる街」、⑩「魅力的なイベントが行われる街」について、前回より満足度が向上していることがわかる。
- ・ 問12「今後特に重要と考える項目」では、前回は駐車場の確保・商業機能・居住機能の充実が今後特に重要であると答えた人の割合が高かったが、今年度はまちの回遊性向上・歩きたくなるまちなか環境の充実を重点的に考える人の割合が増えた。

◆ 調査結果まとめ

宮崎市まちなか活性化推進計画のフォローアップ、成果指標の確認、検証の基礎的資料として活用するほか、まちづくり推進組織等で情報共有を行うなどして、今後の施策の展開に役立つ。

◎ 調査結果

集計結果の数値（％）は、小数点以下第2位を四捨五入しているため、内訳の合計が100%にならない場合がある。また、複数回答の設問は、回答者数を母数とする。

問1 あなたのお住まいは、上の図の中心市街地区域内にありますか。

選択肢	回答数	構成比
① 中心市街地区域の中にある	3	1.6%
② 中心市街地区域の外にある	184	97.9%
無回答	1	0.5%
計	188	100%

問2 中心市街地に出かける回数について、あてはまるものを1つだけ選んでください。
(中心市街地区域内にお住まいの方は、区域内のお店などに出かける場合を想定してお答えください。)

選択肢	回答数	構成比
① 週3回以上	28	14.9%
② 週1～2回	40	21.3%
③ 月2～3回	31	16.5%
④ 月1回程度	34	18.1%
⑤ 2～3か月に1回程度	25	13.3%
⑥ ほとんど行かない	27	14.4%
無回答	3	1.6%
計	188	100%

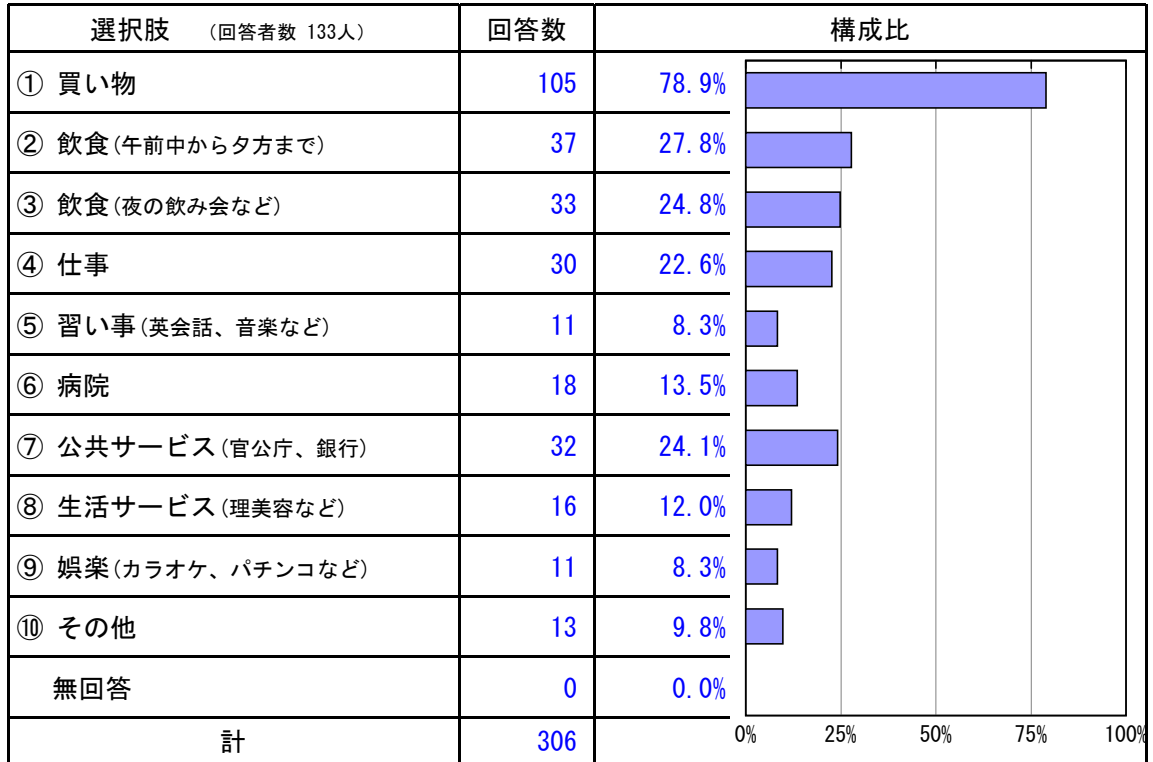
【問2で「①週3回以上」、「②週1～2回」、「③月2～3回」、「④月1回程度」と回答した方のみ回答】

問3 中心市街地に出かける主な交通手段を2つまで選んでください。

選択肢 (回答者数 133人)	回答数	構成比
① 自家用車	101	75.9%
② 電車・バス	40	30.1%
③ タクシー	0	0.0%
④ バイク	1	0.8%
⑤ 自転車	27	20.3%
⑥ 徒歩	20	15.0%
無回答	0	0.0%
計	189	

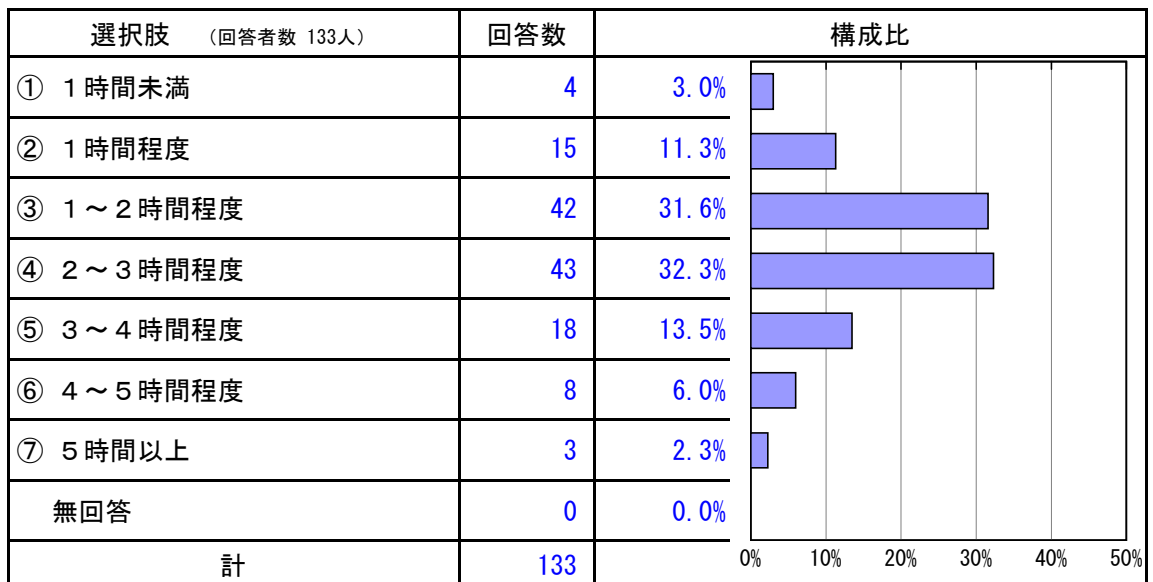
【問2で「①週3回以上」、「②週1～2回」、「③月2～3回」、「④月1回程度」と回答した方のみ回答】

問4 中心市街地に出かける主な目的を3つまで選んでください。



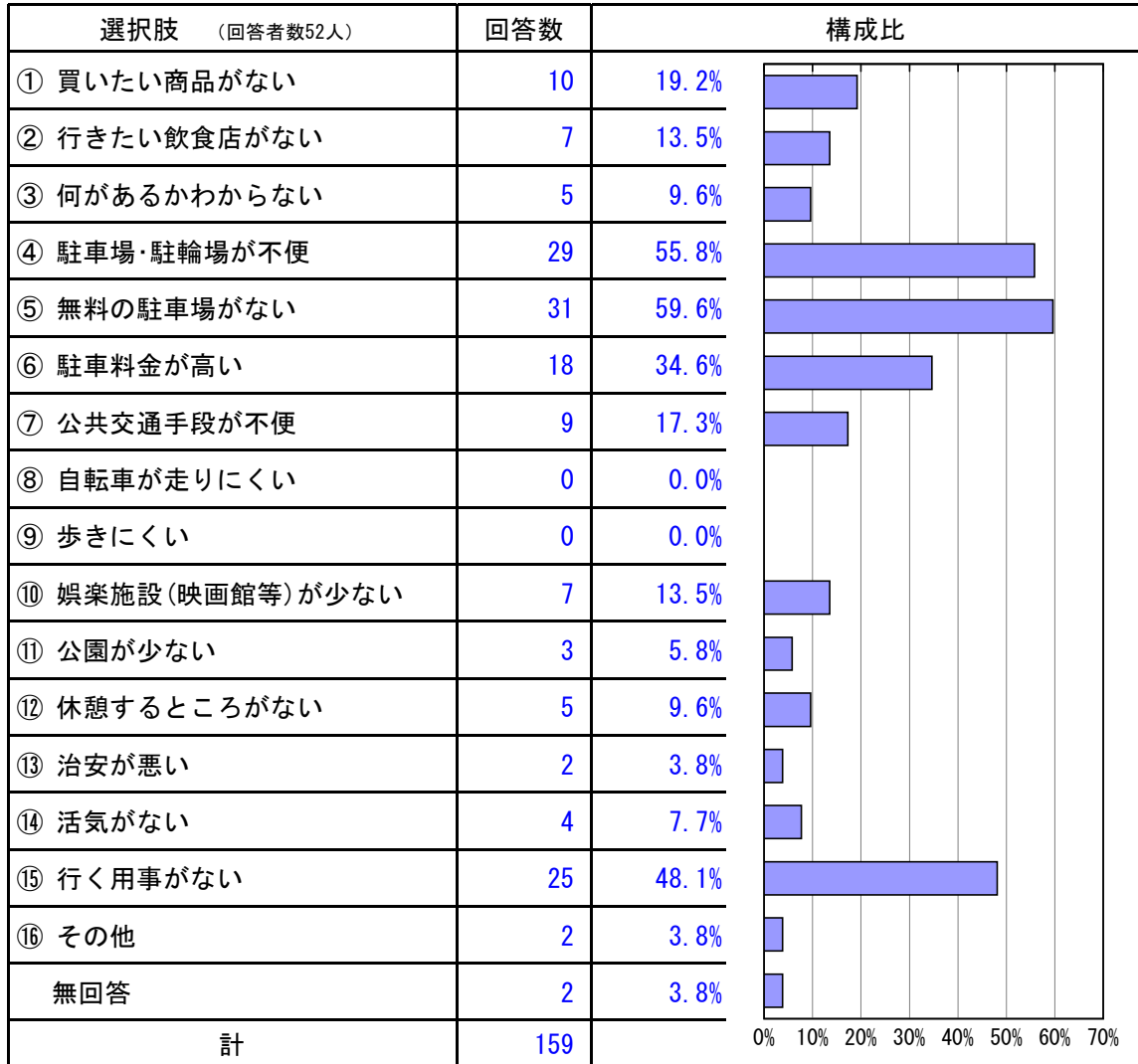
【問2で「①週3回以上」、「②週1～2回」、「③月2～3回」、「④月1回程度」と回答した方のみ回答】

問5 仕事以外で中心市街地に出かけた場合の平均的な滞在時間を1つだけ選んでください。



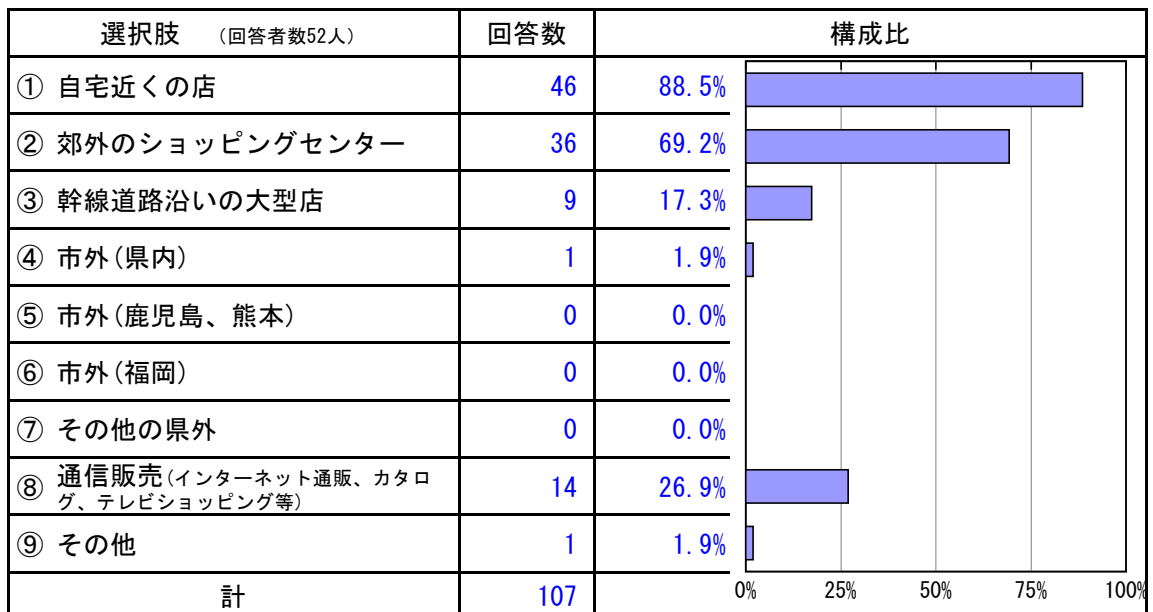
【問2で「⑤2～3か月に1回程度」、「⑥ほとんど行かない」と回答した方のみ回答】

問6 中心市街地に行かない理由について、あてはまるものすべて選んでください。

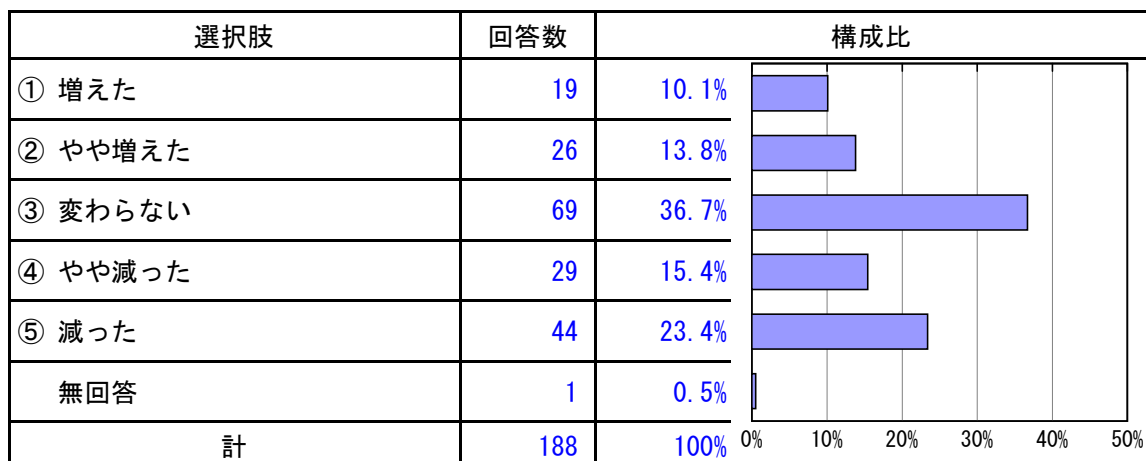


【問2で「⑤2～3か月に1回程度」、「⑥ほとんど行かない」と回答した方のみ回答】

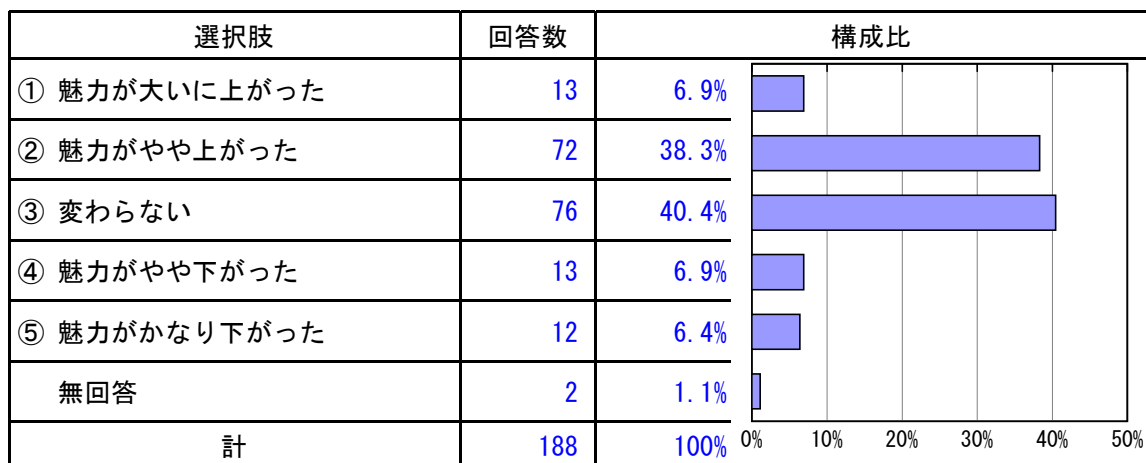
問7 (中心市街地以外で) 買い物や飲食をする場所について、3つまで選んでください。



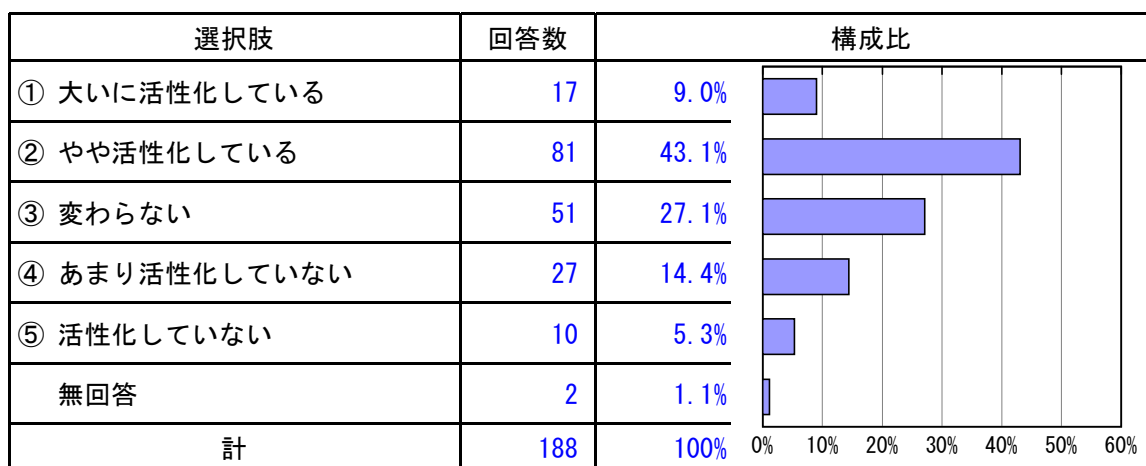
問8 5年前と比べて、中心市街地に出かける機会の変化について、あてはまるものを1つだけ選んでください。



問9 5年前と比べて、中心市街地の魅力はどう変化したかについて、あてはまるものを1つだけ選んでください。



問10 5年前と比べて、中心市街地は活性化していると思いますか。あてはまるものを1つだけ選んでください。



問11 下記の項目について、あなたが感じる現状の満足度を「思う」から「思わない」までの5段階でお答えください。

項 目	現状の満足度					無回答
	高い		低い		↔	
	思う	やや思う	どちらとも いえない	そんなに 思わない		
1. クリエイティブ産業の集積と雇用の拡大						
① クリエイティブ産業等（ICT関連産業等）の企業誘致が進み、創業しやすい街	6 3.2%	53 28.2%	57 30.3%	51 27.1%	15 8.0%	6 3.2%
② 産学官金等の多様な団体が連携して新しいビジネスが生まれたり、中小企業の事業引継ぎが円滑に行われている街	6 3.2%	38 20.2%	68 36.2%	59 31.4%	16 8.5%	1 0.5%
③ ワーク・ライフ・バランスが普及し、人材の確保・定着や働きやすい環境が整備された街	2 1.1%	35 18.6%	72 38.3%	54 28.7%	22 11.7%	3 1.6%
④ 保育環境の充実やテレワーク、短時間労働等の多様な働き方が進み女性の就労支援が進み、若者は地元企業への就職・定着やU I Jターンによる人材確保や人材育成の充実した街	3 1.6%	28 14.9%	67 35.6%	62 33.0%	26 13.8%	2 1.1%
2. まちなか居住環境の充実						
⑤ 空き家や空き店舗等を活用して店舗やオフィスの集積、居住機能が充実した街	3 1.6%	34 18.1%	52 27.7%	71 37.8%	25 13.3%	3 1.6%
⑥ 老朽化した民間建築物が集まる地区（文化マーケット地区や青空ショッピングセンター等）の対策が適切に進んでいる街	3 1.6%	26 13.8%	41 21.8%	80 42.6%	36 19.1%	2 1.1%
⑦ 民間のマンションが建築されることで、まちなか居住が進んでいる街	19 10.1%	96 51.1%	38 20.2%	23 12.2%	9 4.8%	3 1.6%
⑧ 魅力ある商業施設や商店街が集まり、商業機能が充実している街	8 4.3%	51 27.1%	61 32.4%	47 25.0%	20 10.6%	1 0.5%
⑨ ごみのぼい捨てや路上喫煙防止に加え、子育て世代から高齢者まで多世代に優しい生活環境が整備されている街	9 4.8%	72 38.3%	50 26.6%	40 21.3%	15 8.0%	2 1.1%
⑩ 宮崎らしい景観づくりが進むとともに、大規模火災や震災などに備えた防災・減災対策がとられた安全・安心な街	3 1.6%	54 28.7%	70 37.2%	42 22.3%	18 9.6%	1 0.5%
3. 競い・交流する場の創出						
⑪ 魅力的なイベントが行われている街	16 8.5%	71 37.8%	57 30.3%	28 14.9%	14 7.4%	2 1.1%
⑫ 道路や公園等を利用して、学生や若者を中心としたイベントなどが行われている街	9 4.8%	59 31.4%	56 29.8%	53 28.2%	10 5.3%	1 0.5%
⑬ 子ども達がまちなかに関わる、学ぶ機会の多い街	4 2.1%	27 14.4%	66 35.1%	64 34.0%	25 13.3%	2 1.1%
4. まちなかを訪れる楽しさの創出						
⑭ 地元産の素材を使用する地産地消の取組が進み、「食」等の魅力の向上により観光客が行きたくなる、観光客を案内しなくなる街	13 6.9%	72 38.3%	55 29.3%	35 18.6%	12 6.4%	1 0.5%
⑮ 「ニシタチ」を中心とした観光資源が活用されるとともに、快適に過ごせる繁華街環境が整備された街	11 5.9%	42 22.3%	63 33.5%	50 26.6%	21 11.2%	1 0.5%
⑯ 公共交通等や自転車、シェアサイクル等の充実に加え、歩きたくなるまちなか環境が充実することで、円滑かつ快適に移動できる街	11 5.9%	62 33.0%	57 30.3%	38 20.2%	19 10.1%	1 0.5%
⑰ 駐車場や駐輪場が、適切な場所に適切な台数確保された利便性の高い街	7 3.7%	42 22.3%	60 31.9%	48 25.5%	30 16.0%	1 0.5%
⑱ 高齢社会の進展に対応したバリアフリーへの配慮やわかりやすい案内の整備された街	2 1.1%	28 14.9%	69 36.7%	59 31.4%	28 14.9%	2 1.1%

問12 下記の18項目の対策のうち、今後特に重要であると考える項目を5つまで選んでください。

選択肢 (回答者数 192人)	回答数	構成比
① クリエイティブ産業等(ICT関連産業等)の企業誘致対策や創業しやすい対策	28	14.6%
② 産学官金等の多様な団体が連携して新しいビジネスを生み出す対策や、中小企業の事業引継ぎが円滑に行われる対策	27	14.1%
③ ワーク・ライフ・バランスを普及させる対策や、人材の確保・定着や働きやすい環境を整備する対策	43	22.4%
④ 保育環境の充実やテレワーク、短時間労働等の多様な働き方が進み女性の就労支援を進める対策や、若者の地元企業への就職・定着対策、U I Jターンによる人材確保や人材育成を充実させる対策	54	28.1%
⑤ 空き家や空き店舗等を活用して店舗やオフィスの集積、居住機能を充実させる対策	71	37.0%
⑥ 老朽化した民間建築物が集まる地区(文化マーケット地区や青空ショッピングセンター等)の対策	55	28.6%
⑦ 民間のマンション等の建築を進め、まちなか居住を誘導する対策	6	3.1%
⑧ 魅力ある商業施設や商店街が集まり、商業機能を充実させる対策	75	39.1%
⑨ ごみのぼい捨てや路上喫煙防止に加え、子育て世代から高齢者まで多世代に優しい生活環境を整備する対策	50	26.0%
⑩ 宮崎らしい景観づくりや、大規模火災や震災などに備えた防災・減災対策	57	29.7%
⑪ 魅力的なイベントを増やす対策	56	29.2%
⑫ 道路や公園等を利用して、学生や若者を中心としたイベントなどを行える対策	19	9.9%
⑬ 子ども達がまちなかに関わる、学ぶ機会を増やす対策	40	20.8%
⑭ 地元産の素材を使用する地産地消の取組や、「食」等の魅力の向上に向けた対策	34	17.7%
⑮ 「ニシタチ」を中心とした魅力向上と、快適に過ごせる繁華街環境に向けた対策	21	10.9%
⑯ 宮崎駅周辺の再開発が予定されている中で、公共交通の充実や、まちの回遊性を向上させるための新たな取組、歩きたくなるまちなか環境の充実などの利便性の高いまちづくりに向けた対策	81	42.2%
⑰ 駐車場や駐輪場を、適切な場所に適切な台数確保する対策	80	41.7%
⑱ 高齢社会の進展に対応したバリアフリーへの配慮やわかりやすい案内を整備する対策	51	26.6%
無回答	1	0.5%
計	849	0% 10% 20% 30% 40% 50%

問13 中心市街地の活性化に関する事業の認知度について、あてはまるものを選んでください。

項目	知っている		知らない	無回答
		参加・利用・見たことがある		
① 買物などのために車で来やすくするために、お客様がどこの駐車場に止めても同じような割引が受けられるよう、共通駐車券の仕組みがあります。	47	45	93	3
	25.0%	23.9%	49.5%	1.6%
② 楽しい街・にぎわいのある街になるよう、橋通りや高千穂通りを歩行者天国にした音楽祭やまつりが開催されています。	104	73	10	1
	55.3%	38.8%	5.3%	0.5%
③ 文化的な潤いのある街になるよう、絵画などを店のショーウィンドウに展示（まちかどギャラリー）したり、市街地の公共空間に彫刻を設置（パブリックアート）したりしています。	53	41	92	2
	28.2%	21.8%	48.9%	1.1%
④ きれいな街並みをつくるため、市民ボランティアが橋通りなどの花壇に定期的に花を植えています。	127	40	20	1
	67.6%	21.3%	10.6%	0.5%
⑤ ごみのない美しい街にするため、市では、橋通り・一番街・若草通をごみのポイ捨てや歩喫煙の禁止区域にしています。	109	24	53	2
	58.0%	12.8%	28.2%	1.1%
⑥ 宮崎のまちなかのにぎわい創出のため、毎月第4土曜日に一番街と若草通で「街市」を開催しています。	97	46	43	2
	51.6%	24.5%	22.9%	1.1%
⑦ 道路空間や公園等を活用したイベント等の開催を支援することで、イベントを通じて若者や多様な世代が集まる「場」をつくる取組を進めています。（まちなかの回遊性向上促進事業（公共空間活用促進事業））	47	23	114	4
	25.0%	12.2%	60.6%	2.1%
⑧ 2020年秋のアミュプラザ宮崎開業に向けた中心市街地の回遊性向上のため、電動低速バス（グリーンスローモビリティ）の運行を開始しました。（まちなかの回遊性向上促進事業）	125	46	16	1
	66.5%	24.5%	8.5%	0.5%
⑨ ウォークブルでにぎわい溢れるまちづくりを目指し、NTTグループによるNTT広島ビル（北棟：高千穂通り、南棟：広島通り）の再開発が予定されています。（北棟：2025（令和7）年春開業予定、南棟：2024（令和6）年秋開業予定）	65	17	105	1
	34.6%	9.0%	55.9%	0.5%

問14 中心市街地のまちづくりについて、自由な意見をお書きください。

（主な意見）

- ・ 情報をどんどん発信してほしい。宮崎市市報。
- ・ 市街地中心部バス停付近が4～5年前に比べてずいぶん綺麗になったように思う。
- ・ 傘を持たなくても移動できる街づくりなどはどうでしょうか。また、ミックからメガドンキのような地下道があると便利だと思います。
- ・ アミュ駐車場が今年4/1から時間が短くなり、使いにくくなった。仕事帰りにお店に寄ることが少なくなった。
- ・ 駅前等、買い物の有無に関係ない無料の駐車場がなく、公共の交通機関も便が悪いので、時間を気にせず1日遊べる無料駐車場のある大型商業施設のみばかり行っている。
- ・ アミュプラザやぐるっぴー、橋通りの花壇の取り組みは、来県する知人達も便利で100円がかわいく気持ち良く利用できる。若草通からアミュプラザへの広島通りは少しずつオシャレなお店も増え、活気が戻ってきているように思う。一方で、一番街やニシタチは風紀が悪いように感じる。
- ・ 活気ができるのは良いが、治安の悪化も感じる。
- ・ 雑貨屋とか個人商店街を、増やして欲しい。また、福岡みたいに、屋台を、常時営業してほしい
- ・ 中心地近くに住んでる人には行きやすくなりつつあると感じますが、中心市街地をぶらぶらしたくても買い物をしないと駐車場の割引に繋がらなかったり、市街地に行くのにも車で行くしかないので駐車場代プラス買い物や飲食代と考えると、無料駐車場がある施設を選んでしまいます。
- ・ 宮崎駅周辺に無料駐車場が欲しい。

- ・ 交通機関の利便性を向上させる工夫がより一層必要であると思います。
- ・ 商業施設も増え、子供連れでも出かける機会が増えました。子供が遊べる屋内施設などがあると、子育て世帯でもかけやすくなるかもしれません。
- ・ ここ数年で、中心市街地が活性化されているのを強く感じ嬉しく思っています。幅広い世代、官民間あがての宮崎の魅力ある街づくりに期待しています。
- ・ 自家用車での移動が主体になりますが、駐車場を起点として街中を回るプランニングになるので行く場所が限られてしまいます。たまに街中に出るとそれなりに発見があって楽しいのですが、休みの度に行きたくなるかと言われると、そうは思いません。
- ・ 歩きタバコの多さがとても気になっています。
- ・ 緑化の推進、日差しの強い宮崎です。歩行者にやさしくなるように日陰を作る木を植えることを希望します。
- ・ 魅力的なイベントや無料の駐車場を作してほしい。
- ・ 周辺部からのアクセスが容易にならないと人は集まらないと思う。
- ・ 駐車場を安価でとめやすくしてほしい。車移動が中心なので、行きにくい。
- ・ 商業施設が少なく滞在時間が短い。買い物や食事できる場所を増やすことがまちに出かけるきっかけになる。イベントを増やすだけではその時に行くことができないことも多いのでまた行きたい、いつでも行くことができる施設を作ることが必要だと思います。
- ・ 駐車場が少なかったり、買い物をする店が少なかったりするの、市街地に魅力がなくなっているように感じる。都会にあって宮崎にない中心市街地の魅力を見つけていくべきなのかなと思う。
- ・ 中心街の情報が一括でわかるようなWeb・アプリのサービスがあるとよい。
- ・ アーケードは雨に濡れない等便利ですが、歩いてみると暗い印象になります。
- ・ 色々改善策として活動をされているようですが、アピール不足で、内容を知らない方が多い。
- ・ お店が増えて楽しくなった。
- ・ 自転車で中心市街地に行くことが多いのですが、公共の駐輪場があまりないと感じます。駐輪場の整備をお願いしたいです。
- ・ ぐるっぴーやアミュがあるから、週末に家族で出掛ける機会が増えました。
- ・ 小さい子供連れで行くのを少しためらってしまいます。トイレや、休憩スペースが少なく感じました。
- ・ 緑を利用したお店や喫茶店等が極めて少ないのが残念です。オフィスビル群に囲まれた市街地は人間味もなく活性化するのは極めて困難ではないでしょうか。
- ・ 魅力的なお店を作してほしい。
- ・ 市街地の外に住んでいると、新しくできたお店の情報やイベントの情報などが、なかなか入手しづらいと思います。新聞や宮崎市のLINEで流れてくる情報だけですべてをお知らせすることは難しいと思いますので、子どもが関われるようなイベントの情報は各学校にお知らせが回ってくるといいなと思います。
- ・ 老朽化対策や街並みを考えた建築設計及び古民家など再生可能な建物の活用を含め、まちなか活性化に期待します。
- ・ どの年代でも楽しめるような仕掛けを考えてほしい。
- ・ 都城や日南のように中心市街地に大きめの子育て支援センター作って欲しいです。
- ・ 高校生や大学生達が集まって、フリートーキング場所を県や市に設けて、そこで話し合われた内容などをマスコミに取り上げて、それに対する意見を募ると良い。
- ・ 今の街づくりは、基本的に、若くて元気な方だけを対象にしている気がします。車椅子でも入れる店、そしてインフラとしてのバリアフリー化が実現できれば、誰もが街なかを楽しむ事ができると思います。
- ・ 歩道が凸凹で、バリアフリーとはとても言えない。
- ・ 年寄りには縁がないお店が多いので、行きたいと思わない。
- ・ 最近は週末のイベントも色々としていて楽しいです。宮崎市のLINE等で、市内のイベント情報などあげてもらえると見逃さず分かりやすいです。
- ・ 高千穂通り沿いの民地で芝生広場を整備してイベント等の賑わいの取り組みが出来ないか検討して欲しいです。
- ・ 職業体験できる遊び場を設けてほしいです。
- ・ 随分とコロナ5類になった段階から人通りは増えた様に思いますが、駅前から若草通り辺りだけの様な感じです。飲屋街は昔ほどではないと思います。

- ・ まだ県内にないお店を取り入れたり、商業施設を増やしてほしい
- ・ もっと誰でも参加したくなる魅力あるイベント等の開催してほしい。祭り等イベント等で車で行く事が多いが駐車場に毎回困るので広く停められるような場所提供があるといい。
- ・ グリーンスローモビリティ座席が、木製の為、お尻が痛い。よく利用してますが、座り心地が良ければもっと利用します。
- ・ 中心市街地まちづくりについて、宮崎駅周辺がアミュプラザ等の完成により若い人の通りが以前に比べると、多くなり活気が感じられます。これからの中心市街地まちづくりに於いて、学・官一体となり、若い高校生・大学生にも意見を述べてもらえるような、情報発信、実施されるよう希望します。
- ・ 現在も、座るベンチなどあるのですが、休憩できる場所、狭いスペースでもいいので、バス待ち・歩いているとき、荷物を置いて座れる場所を増やしてほしいです。年をとるときついが、街中に買い物行きたいです。
- ・ 5年前に比べ、駅前開発と「ぐるっぴー」の運行による駅周辺→あみーろーど→橋通り周辺という一連のつながりで、まちづくり活性化への一通りの成果は得られたものと思われま。又、NTTグループの再開発で、人の集う空間づくりが、ますます進んでいくことに期待しております。若い人が集うことで、中心部に活気が出るのは、大いに喜ばしい事ですが、高齢者にも配慮した、万人の集う、人にやさしいまちづくりを行っていただきたいと思ひます。
- ・ 一方通行が多いので、あまり行きません。
- ・ 宮崎は、車がないと、何をすることも不便。街の中心部を走る電車がない。バスは有るが料金が高くなり利用しなくなった人が多い。
- ・ 以前より、活気・賑わいは増えていると思ひます。若者・老人者などが楽しめる歌や踊り楽器演奏などイベントを年数回実施してほしい。
- ・ 宮崎市の、まちづくりの方向性は順調、よく進行していると思ひます。ゆっくり県民性に沿って進めてください。
- ・ 企業誘致でも、創業家でも、50～100年と県内に溶け込んで若者達の県内定着を目的とした企業を誘致する様にしたらと思ひます。
- ・ 若者や子供たちが、行きやすいような場所や、遊び場を作って、親世代や、祖父母も来れると、良いかと思ひます。また、図書館や、カフェスペースなど、ひとが集まる為の環境を整えるだけで活性化に繋がるのではと思ひます。
- ・ 東京都・高円寺では、宮崎のようなアーケード内が盛り上がりつつある。古着に特化して、昔の宮崎のように、若者からご年配の方まで楽しんでいる。宮崎も、古着の町として頑張ってみると、幅広い世代が集まると思ひます。
- ・ 中心市街地にアミュプラザが出来て、少しは活気が出てきたような気がします。
- ・ シャッター通りという名前を逆手にとって、ペイントを塗って、楽しいシャッター通りには？と思ひます。
- ・ 宮崎では、店舗前で飲食できるところが余りなく、賑わいに欠けているように思ひます。衛生面もあるのかもしれませんが、店舗のPRにもなるのではないのでしょうか？
- ・ アミュが出来て、学生等で賑わっているようですが、一方で、治安が悪くなっているため、危険な場所として、子供の保護者間では、認識されるようになってます。駅周辺なので、もっと活性化してほしいですが、地域の人々と共に、安全なまちづくりを行ってほしいです。
- ・ 空きテナントなどで、福岡などにある、子供体験イベントなどしてほしい。年代を広く、お年寄りから子供まで交流するまちづくりにしてほしい。
- ・ ベビーカーで高千穂通りを歩くと、横断歩道の段差(わずかですが)が気になります。
- ・ 宮崎駅の東口は、まちづくり区域に含めた方が良く思ひます。街灯の設置で少しは不安な気持ち拭えるのではないのでしょうか。
- ・ このアンケートを通して、中心市街地活性化に対する、市の取り組みをあまり知らないということに気が付きました。
- ・ アミュプラザの広場のイベントや、宮崎駅前のあみーろーどが以前より綺麗になって良くなっていると思ひます。山形屋前やカーリーノ前の花壇。市役所前も綺麗に花が植えてあり街中にあるけど安らげる空間が大好きです。

「みやざきブランド」に関するアンケート調査 集計結果

◆ 調査の目的

5月の食フェスタInみやざきのイベントにおいて来場者に、みやざきブランドに関するアンケート調査を行ったところ、市内においても認知度が低かった品目があった。そのため、今回のアンケート調査で本市モニターにおいても、同様の傾向があるのかを調査することにより、これまでのPR事業の分析及び今後のPR事業の施策を検討する。

また地元のみやざきブランド品目（県認証品目）及び本市独自のブランド品目についてもどの程度認知されているのか調査し、今後の事業立案の検討材料とする。

◆ 調査の概要

- (1) 調査期間 令和5年9月22日 ～ 令和5年10月6日 ※終了後も一定期間回収
- (2) モニター数 203人（WEBモニター：121人、郵送モニター：82人）
- (3) 回答者数 185人（回答率91.1%）
- (4) 担当課 農政部 農業振興課

◆ 調査結果考察

- 【問1～問2】
 - ・ 「太陽のタマゴ」、「たまたま」、「佐土原ナス」は大半から認知されていた。
 - ・ 「みやざきワンタッチきゅうり」、「パルメロ（マンゴー）」、「フィンガーライム」については、認知度が10%台であった。
 - ・ ピーマンやきゅうりの正式なブランド名を知らなかったという回答もあった。
 - ・ 知っている品目と知らない品目の差が大きかった。
- 【問3～問5】
 - ・ 認知度が高い「日向夏」、「たまたま」、「佐土原ナス」を食べたことがあるという回答が多かった。
 - ・ 認知度が低い、「みやざきワンタッチきゅうり」、「パルメロ（マンゴー）」、「フィンガーライム」は食べたことがないという回答が多かった。
 - ・ 食べる機会についても、安売りをしていれば購入するという回答が半数以上であった。
- 【問6～問9】
 - ・ 「てげうま産直便」、「みやざき中央農産物ファン拡大事業委員会」とともに認知度が10%台とかなり低かった。
 - ・ 「てげうま産直便」を知っていても利用したことない方が50%以上であった。
- 【問10～問11】
 - ・ 農産物は、ほぼ量販店で購入するという回答であった。
 - ・ 購入する際の基準として、「価格」、「産地（国産）」、「鮮度」という回答が上位を占めた。

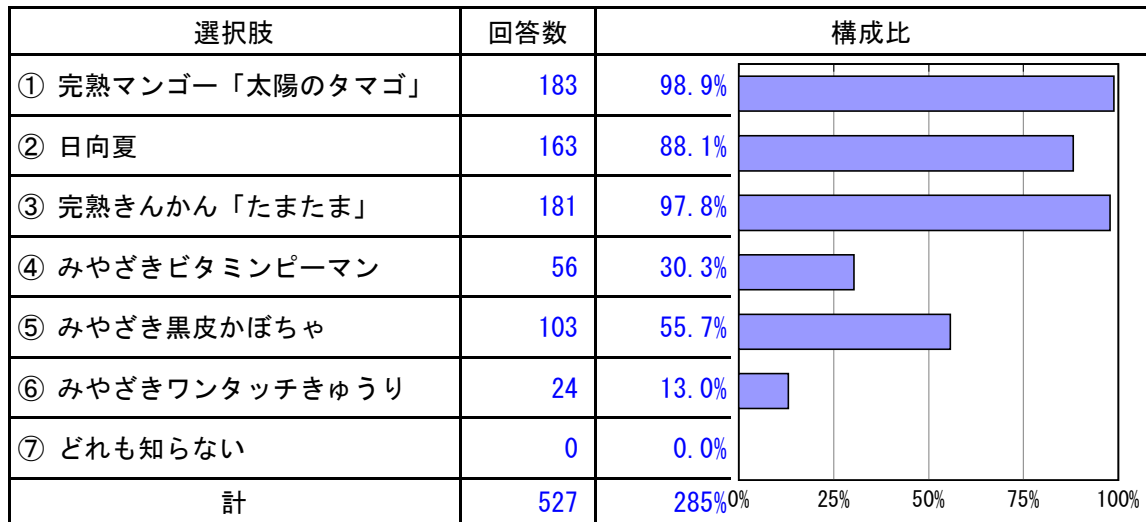
◆ 調査結果まとめ

みやざきブランド（県認証）では「太陽のタマゴ」、「たまたま」、本市独自ブランドでは「佐土原ナス」、「高岡文旦」の認知度が高かった。しかし、「パルメロ（マンゴー）」、「フィンガーライム」といった新たな品目については認知度が低かった。これからも更なるPR活動及び認知度の低い品目の産地の維持・強化を図り、みやざきブランド全体の向上が重要だと感じた。今後の施策の検討に生かしていくために、今回のアンケート調査結果を活用する。また、5年に1度調査を実施し、ブランド品目の傾向を調査する。

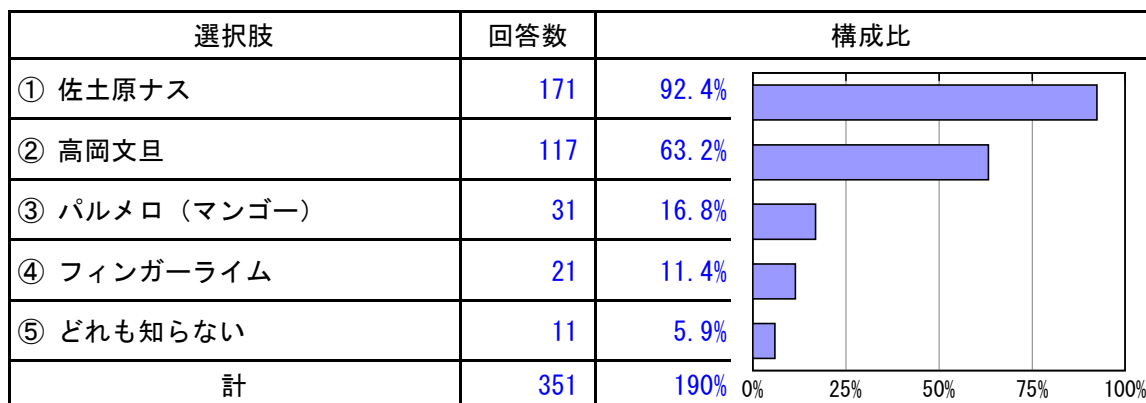
◎ 調査結果

集計結果の数値(%)は、小数点以下第2位を四捨五入しているため、内訳の合計が100%にならない場合がある。また、複数回答の設問は、回答者数を母数とする。

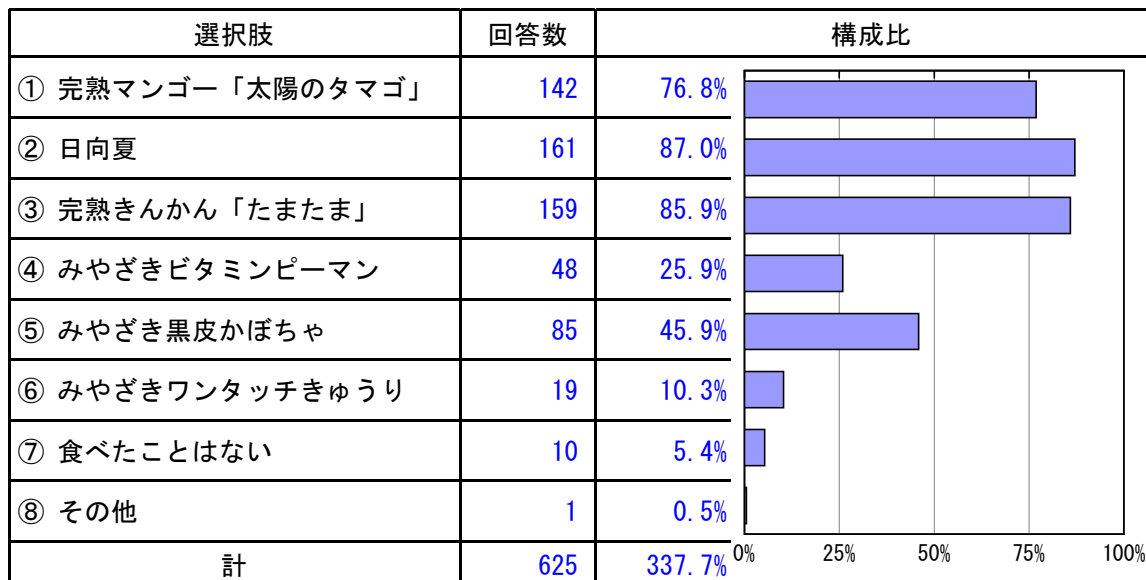
問1 みやざきブランド(県認証)品目を知っていますか。
あてはまるものをすべて選んでください。



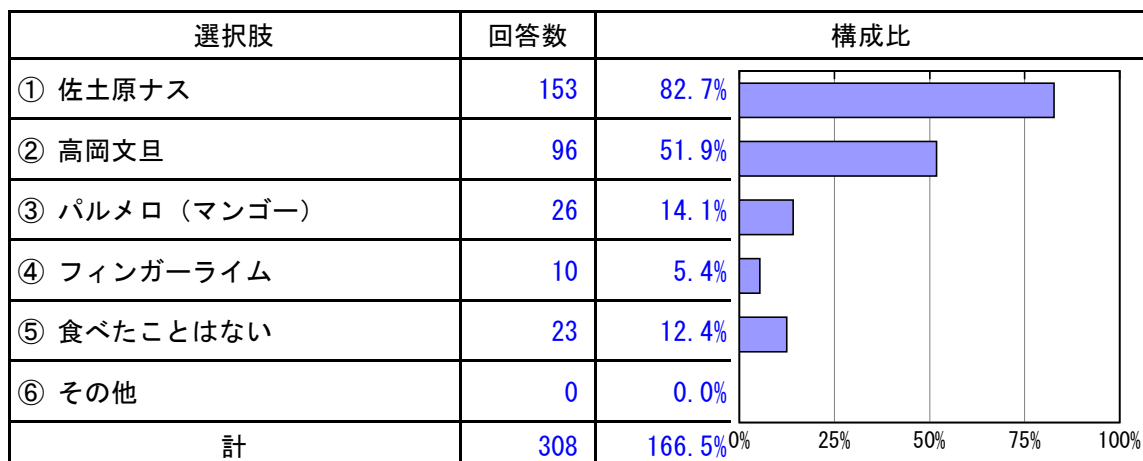
問2 本市独自のブランド品目を知っていますか。
あてはまるものをすべて選んでください。



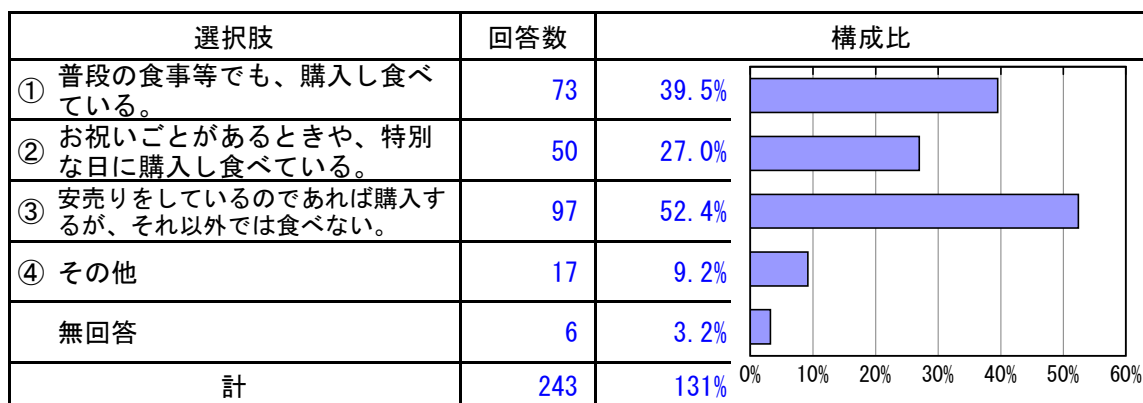
問3 みやざきブランド(県認証)品目を食べたことがありますか。
あてはまるものをすべて選んでください。



問4 本市独自のブランド品目を食べたことがありますか。
あてはまるものをすべて選んでください。



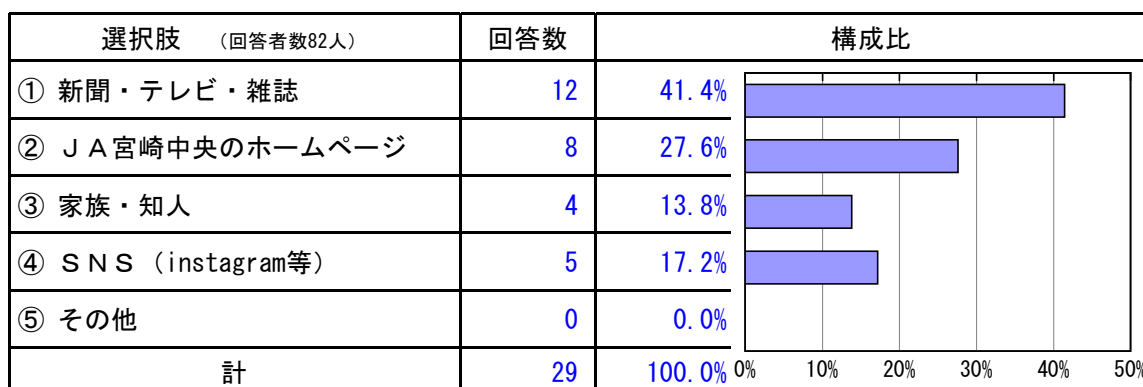
問5 みやざきブランド（県承認）品目及び本市独自のブランド品目を食べられるのはどのような機会ですか。
あてはまるものをすべて選んでください。



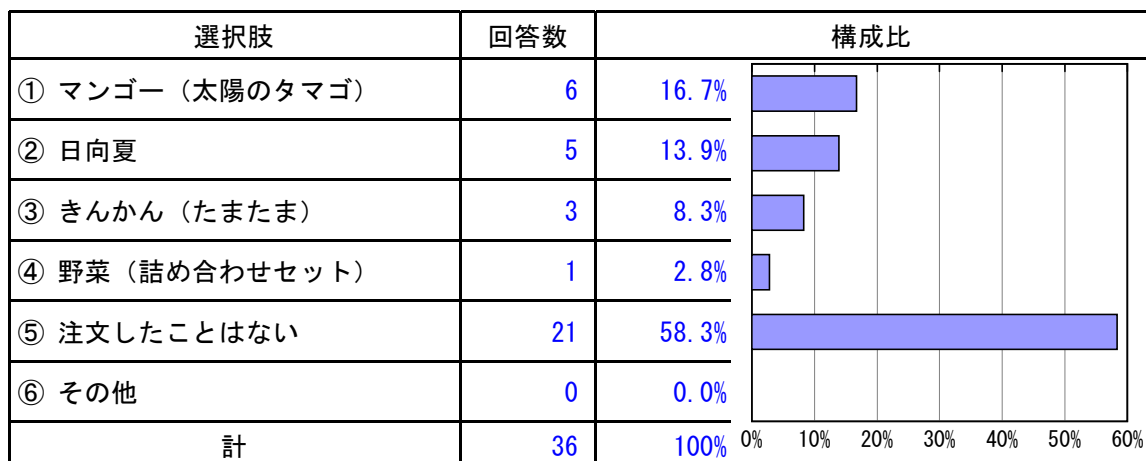
問6 市場に出荷される前のJA宮崎中央産の農産物が注文・発送ができる「てげうま産直便」を知っていますか。
あてはまるものを1つ選んでください。



問7 「てげうま産直便」を知ったきっかけを教えてください。
あてはまるものを1つ選んでください。



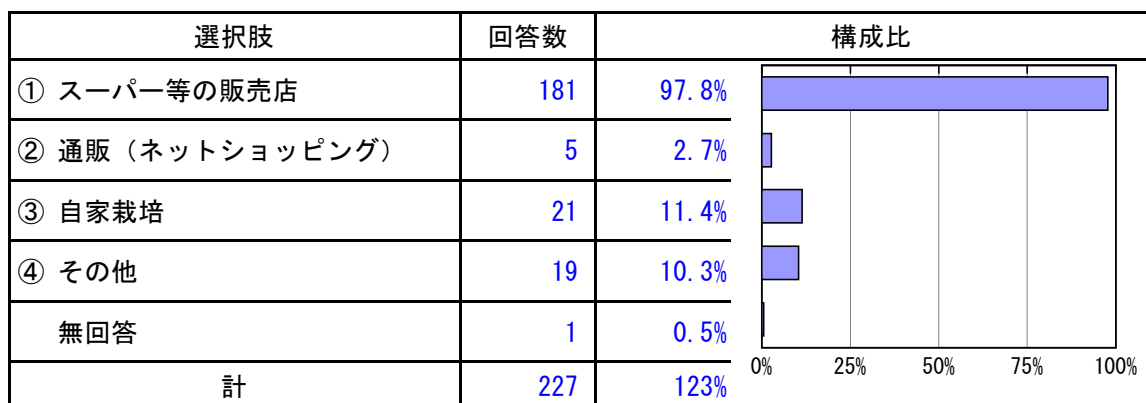
問8 「てげうま産直便」でどんな商品を注文（発送）したことがありますか。
あてはまるものをすべて選んでください。



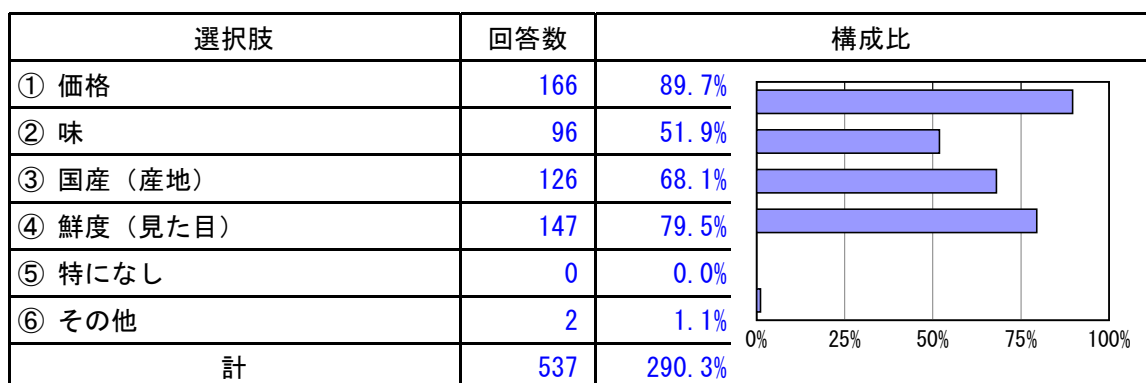
問9 JA宮崎中央、国富町、本市で構成される、宮崎中央管内にて生産される農産物の知名度・魅力向上や消費拡大、及びファン層の拡大を図ることを目的とした「みやざき中央農産物ファン拡大事業委員会」を知っていますか。



問10 普段は、どこで農産物を購入されますか。
あてはまるものをすべて選んでください。



問11 農産物を購入される時の基準はなんですか。
あてはまるものをすべて選んでください。



問12 「てげうま産直便」を知っていただく及び利用していただくためには、どのような取り組みが必要だと思いますか。

また、他にご意見がありましたら自由にご記入ください。

(主な意見)

- ・ そもそも「てげうま産直便」を聞いたことがない。まずはさまざまな媒体（CM、チラシ、SNS）を利用して周知する。
- ・ 「てげうま産直」を見てみたが、購入できる品が少なく、購入単価も家族で購入するには数量が多い。もっと気軽に利用できるように工夫してほしい。
- ・ 価格が高いと利用しない。利用者に対し割引する（特典）など、リピーターを確保することも重要。
- ・ 県外で宮崎ブランドの特産品は認知されているが、宮崎市在住の方が知らなかったり、食べたことがないことが多い。もっと地産地消を推奨すべきである。
- ・ 食べ方がわからない品目もあるので、みやざきブランドを用いた料理教室等で、シンプルな料理を教えてほしい。
- ・ 食べ物に関しては直接手に取って見て購入したい。
- ・ 宮崎の食べ物は美味しいのはわかっているが、普段食べるものは味より値段。
- ・ ブランド名がつく商品は高級食材で価格が台所事情に合わない。贈答用だと思っている。